

DAFTAR ISI

| | |
|---|------|
| PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR | ii |
| LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR | iii |
| SURAT PERNYATAAN | iv |
| <i>ABSTRACT</i> | v |
| ABSTRAK..... | vi |
| KATA PENGANTAR..... | vii |
| DAFTAR ISI | viii |
| DAFTAR GAMBAR..... | xi |
| DAFTAR TABEL..... | xiv |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xv |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Identifikasi Masalah | 4 |
| 1.3 Rumusan Masalah..... | 4 |
| 1.4 Tujuan Perancangan | 4 |
| 1.5 Ruang Lingkup | 5 |
| 1.6 Manfaat Penelitian..... | 6 |
| 1.6.1 Manfaat untuk Peneliti | 6 |
| 1.6.2 Manfaat untuk Masyarakat | 6 |
| 1.6.3 Manfaat untuk Universitas Pembangunan Jaya..... | 6 |
| 1.7 Sistematika Penulisan | 7 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | 9 |
| 2.1 Desain Komunikasi Visual | 9 |
| 2.2 Kampanye | 9 |
| 2.2.1 Berbagai Jenis Kampanye (dosenpendidikan.co.id) | 10 |

| | | |
|---|--|-----------|
| 2.2.2 | Kampanye dalam Sosial Media | 13 |
| 2.3 | Ilustrasi..... | 13 |
| 2.3.1 | Jenis Ilustrasi menurut M. Prawiro (maxmonroe.com) | 14 |
| 2.4 | Warna..... | 18 |
| 2.4.1 | Psikologi Warna..... | 19 |
| 2.5 | Tipografi | 20 |
| 2.6 | Food Safety | 21 |
| 2.6.1 | Penyebab Keracunan Makanan..... | 22 |
| 2.6.2 | Cara Menangani Keracunan Makanan | 23 |
| 2.7 | Usaha Kecil Mikro Menengah (UMKM)..... | 23 |
| 2.7.1 | UMKM di Bidang Makanan dan Minuman..... | 24 |
| 2.8 | Kerangka Berpikir | 25 |
| 2.9 | Sintesis..... | 26 |
| BAB III METODOLOGI DESAIN | | 27 |
| 3.1 | Sistematika Perancangan..... | 27 |
| 3.2 | Metode Pengumpulan Data | 28 |
| 3.2.1 | Jenis Metode Pengumpulan Data..... | 28 |
| 3.3 | Paparan Data | 29 |
| 3.3.1 | Hasil Wawancara..... | 29 |
| 3.3.2 | Hasil Observasi | 31 |
| 3.3.3 | Hasil Kuesioner | 33 |
| 3.3.4 | Hasil Studi Referensi | 38 |
| 3.3.5 | Data Kementerian Perdagangan Republik Indonesia | 42 |
| 3.4 | Kesimpulan Hasil Analisa dan Pemecahan Masalah | 43 |
| BAB IV ANALISIS, KONSEP & HASIL PERANCANGAN..... | | 45 |
| 4.1 | Analisis Permasalahan | 45 |
| 4.1.1 | Pemecahan Masalah..... | 45 |

| | | |
|------------------------|------------------------------------|----|
| 4.2 | Konsep Komunikasi..... | 46 |
| 4.2.1 | Strategi Pesan..... | 46 |
| 4.2.2 | Strategi Media | 47 |
| 4.2.3 | Strategi Segmentasi | 48 |
| 4.3 | Konsep Visual..... | 48 |
| 4.4 | Penerapan Desain..... | 50 |
| 4.4.1 | Strategi Penerapan Media | 50 |
| 4.4.2 | Proses Pra-Produksi..... | 51 |
| 4.4.3 | Proses Produksi | 53 |
| 4.5 | Hasil Karya..... | 56 |
| 4.5.1 | Publikasi dalam Media Sosial | 56 |
| 4.5.2 | <i>Merchandising</i> | 59 |
| BAB V PENUTUP | | 61 |
| 5.1 | Kesimpulan..... | 61 |
| 5.2 | Saran..... | 61 |
| Daftar Pustaka..... | | 62 |
| LAMPIRAN-LAMPIRAN..... | | 65 |